

# Erfolgreich werben.



## Crossgenial.

# Die Blattlinie von DER STANDARD | derStandard.at

The graphic shows a stylized representation of a newspaper page. The title 'DER STANDARD' is prominently displayed at the top in a large, serif font. Below it, a horizontal line contains the publication information: 'seit MITTWOCH, 19. OKTOBER 1988 | ÖSTERREICH'S UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG | HERAUSGEGEBEN VON OSCAR BRONNER | € 2,50'. A central column of text discusses the newspaper's philosophy and its role as a liberal medium. To the left, a list of principles is presented, and to the right, a summary of the newspaper's mission.

**DER STANDARD | derStandard.at leben die Blattlinie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Lesen Sie zunächst unsere Blattphilosophie, reden wir nachher weiter:**

DER STANDARD | derStandard.at ist ein liberales Medium. Es ist unabhängig von politischen Parteien, Institutionen und Interessengruppen und wendet sich an alle Leserinnen und Leser, die hohe Ansprüche an eine gründliche und umfassende Berichterstattung sowie an eine fundierte, sachgerechte Kommentierung auf den Gebieten von Wirtschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft stellen.

**DER STANDARD | derStandard.at treten ein:**

- für die Wahrung und Förderung der parlamentarischen Demokratie und der republikanisch politischen Kultur.
- für rechtsstaatliche Ziele bei Ablehnung von politischem Extremismus und Totalitarismus.
- für Stärkung der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit des Landes nach den Prinzipien einer sozialen Marktwirtschaft.
- für Toleranz gegenüber allen ethnischen und religiösen Gemeinschaften.
- für die Gleichberechtigung aller Staatsbürger und Staatsbürgerinnen und aller Bundesländer der Republik Österreich.

Sie werden sagen: "Das können andere auch sagen." Das stimmt. Doch es kommt darauf an, mit welchem Leben die Lippenbekenntnisse erfüllt werden. DER STANDARD | derStandard.at leben die Blattphilosophie in einer ebenso klaren wie anspruchsvollen Weise. Er trennt zwischen Bericht und Kommentar, gewichtet die Ereignisse und lässt seinen Lesern den nötigen Spielraum für die eigene Meinung. So fördert er, was zugleich sein Ziel ist: eine mündige Leserschaft

# DER STANDARD: Reichweite und Auflage

Reichweite	Montag–Samstag	Samstag
Leserinnen und Leser MA 2016*	389.000	468.000
nationale Reichweite MA 2016*	5,3 %	6,4 %
Entscheidungsträger LAE 2015	15,5 %	30,0 %

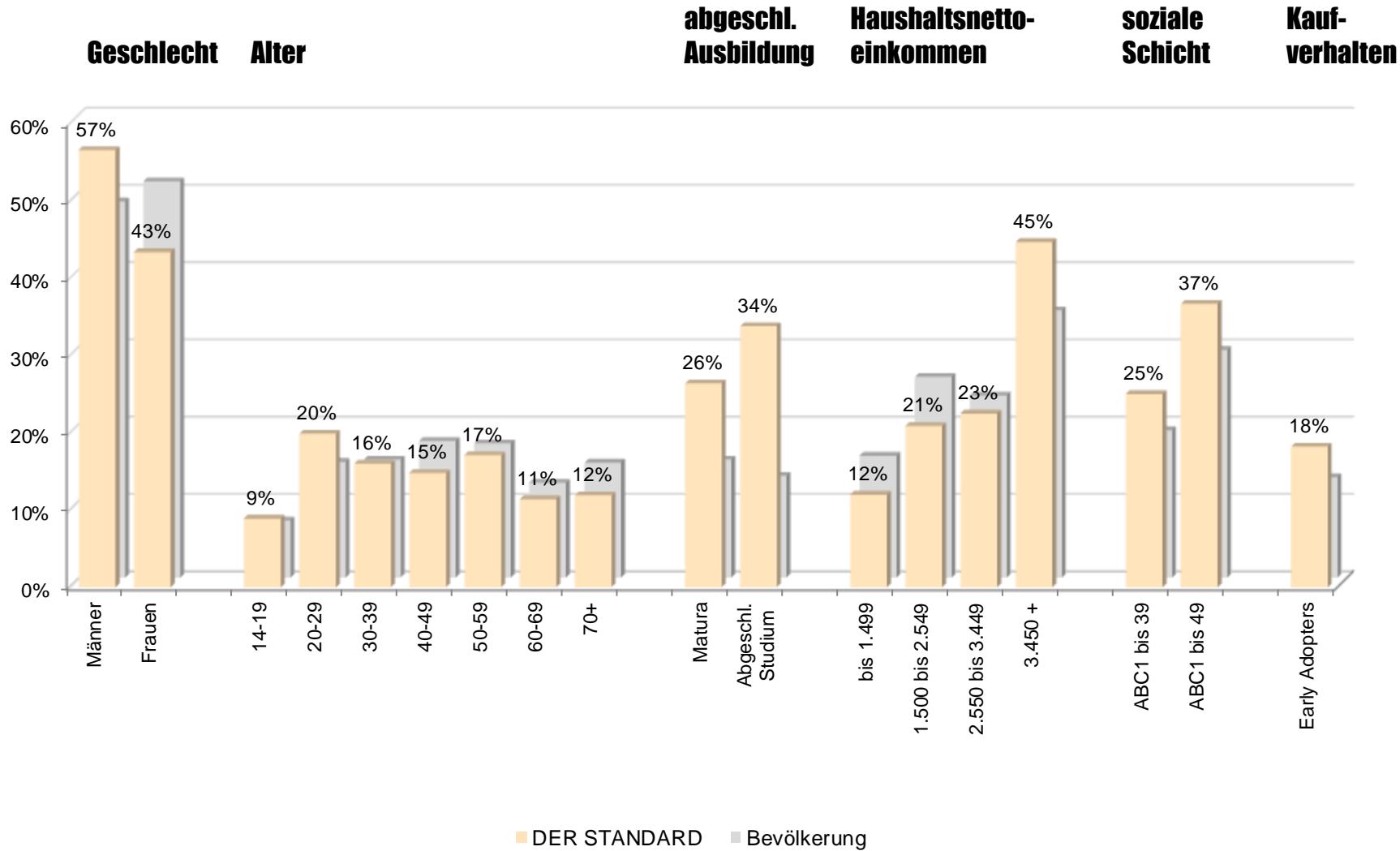
Auflage	Montag–Samstag	Samstag
ÖAK 2. HJ 2016		
Druckauflage	85.000	131.000
verbreitete Auflage	79.000	113.000
verkaufte Auflage	62.000	75.000
Abonnements	53.000	62.000

\* Erhebung: Jänner – Dezember 2016

derStandard.at



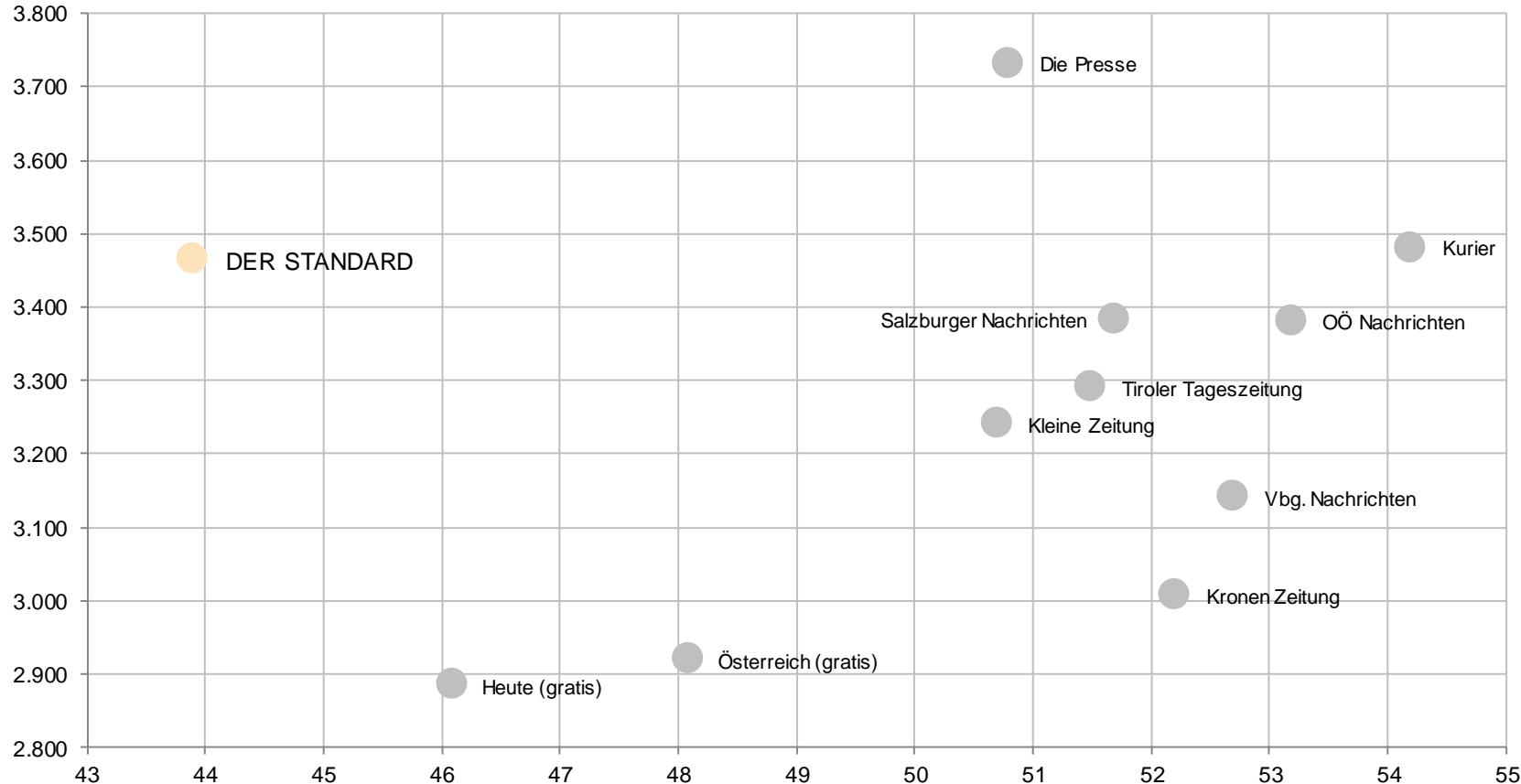
# DER STANDARD: Leserinnen und Leser



Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016 (Strukturwerte in Prozent)

# Positionierung nach Alter und Einkommen

Das durchschnittliche Alter und Haushaltsnettoeinkommen der Leserschaft.

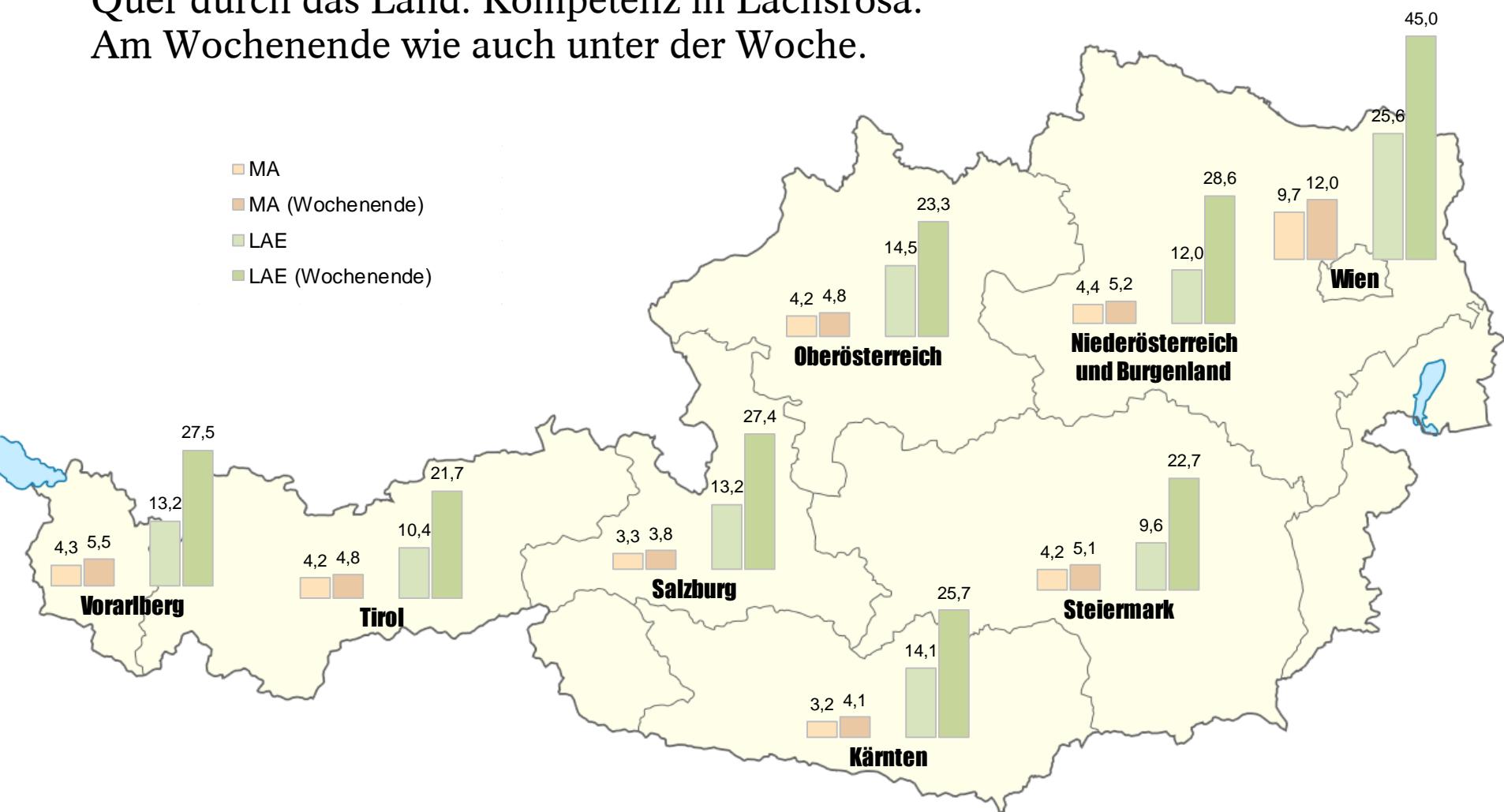


Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016 (Mittelwert für Tageszeitungen)

# Reichweite in den Bundesländern

Quer durch das Land: Kompetenz in Lachsrosa.

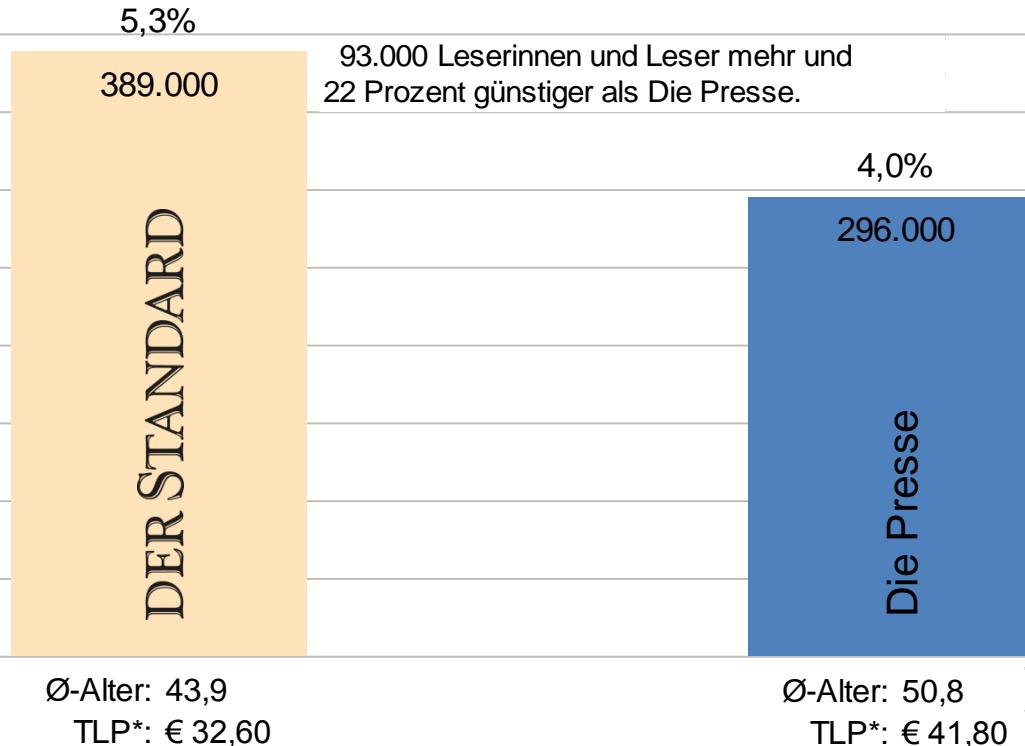
Am Wochenende wie auch unter der Woche.



Quellen: MA 2016 (Erhebung: Jänner – Dezember 2016), LAE 2015; Bundesländerreichweiten in Prozent

# Wie Sie mit dem STANDARD mehr herausholen

DER STANDARD im Reichweitenvergleich mit der Presse.



\* Tausend-Leser-Preis

Quelle: MA 2016 (Erhebung: Jänner – Dezember 2016), Preise lt. Stand 30. März 2017, JP 4c; Wochenschnitt

# Überschneidungen Tageszeitungen

Wie viele Tageszeitungs-LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



## DER STANDARD Exklusivleser 62,6 %

62,6 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder den Kurier, die Presse noch die Kronen Zeitung.

## Kurier 14,5 %

Nur 14,5 % der STANDARD-Leserschaft greifen auch zum Kurier, 15,2 % zur Presse und 17,1 % zur Kronen Zeitung.

## Die Presse 15,2 %

## Kronen Zeitung 17,1 %

Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016

**derStandard.at**



# Überschneidungen Magazine

Wie viele (wirtschafts-)politikinteressierte LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.

DER STANDARD

## Exklusivleser 74,5 %

74,5 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder die Magazine Trend, Gewinn, News noch Profil.

Trend	3,5 %
Gewinn	6,3 %
News	8,7 %
Profil	14,2 %

Nur 3,5 % der STANDARD-Leserschaft lesen den Trend, 6,3 % den Gewinn, 8,7 % greifen zu News und 14,2 % zum Profil.

# Überschneidungen Lifestyle Magazine

Wie viele Lifestyle-affine LeserInnen Sie nur im STANDARD erreichen.



**DER STANDARD**  
Exklusivleser      86,9 %

86,9 % aller STANDARD-Leserinnen und -Leser nutzen weder die Lifestyle-Magazine Diva, Wiener, Wienerin noch Woman.

Diva	1,4 %
Wiener	3,3 %
Wienerin	5,4 %
Woman	5,7 %

Nur 1,4 % der STANDARD-Leserschaft lesen auch Diva, 3,3 % Wiener, 5,4 % Wienerin und 5,7 % Woman.

Quelle: MA 2016, Erhebung: Jänner – Dezember 2016

Weitere  
Besondere  
Werbeformen  
finden  
Sie hier

# Besondere Werbeformen im STANDARD

Mehr Gestaltungsfreiheit. Mehr Spielraum. Mehr Aufmerksamkeit.

**Mantel**



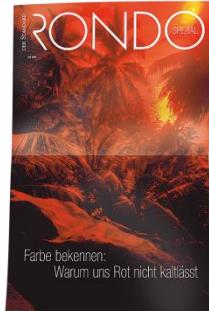
**Inside Out**



**RONDO Tip-On**



**RONDO Spezial**



**RONDO Stanze**



**Vertikal-STANDARD**



**Farbiges Zeitungspapier**



**Hochbalken**



**Nachhaltigkeitsbericht**



Bei den hier dargestellten Besonderen Werbeformen handelt es sich nur um eine Auswahl.  
Mehr zum Thema finden Sie auf [derStandard.at/Sales](http://derStandard.at/Sales).

**derStandard.at**



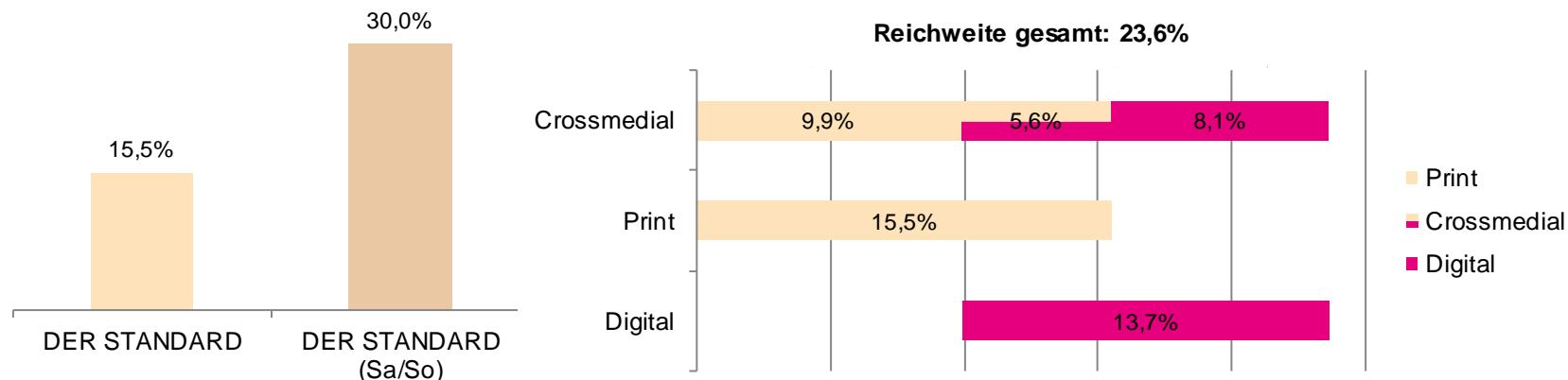
# Entscheider greifen zum STANDARD...

... egal ob Print, Digital oder Crossmedial.

<b>Print</b>	<b>Reichweite absolut</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Akademiker-Anteil</b>	<b>Ø PNEK*</b>
Montag–Samstag	52.000	15,5 %	56,0 %	€ 4.237
Samstag	100.000	30,0 %	51,0 %	€ 4.137

<b>Digital</b>	<b>Reichweite absolut</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Akademiker-Anteil</b>	<b>Ø PNEK*</b>
Montag–Sonntag	46.000	13,7 %	57,5 %	€ 4.317

<b>Crossmedial</b>	<b>Reichweite absolut</b>	<b>Reichweite in %</b>	<b>Akademiker-Anteil</b>	<b>Ø PNEK*</b>
Montag–Sonntag	79.000	23,6 %	55,9 %	€ 4.277

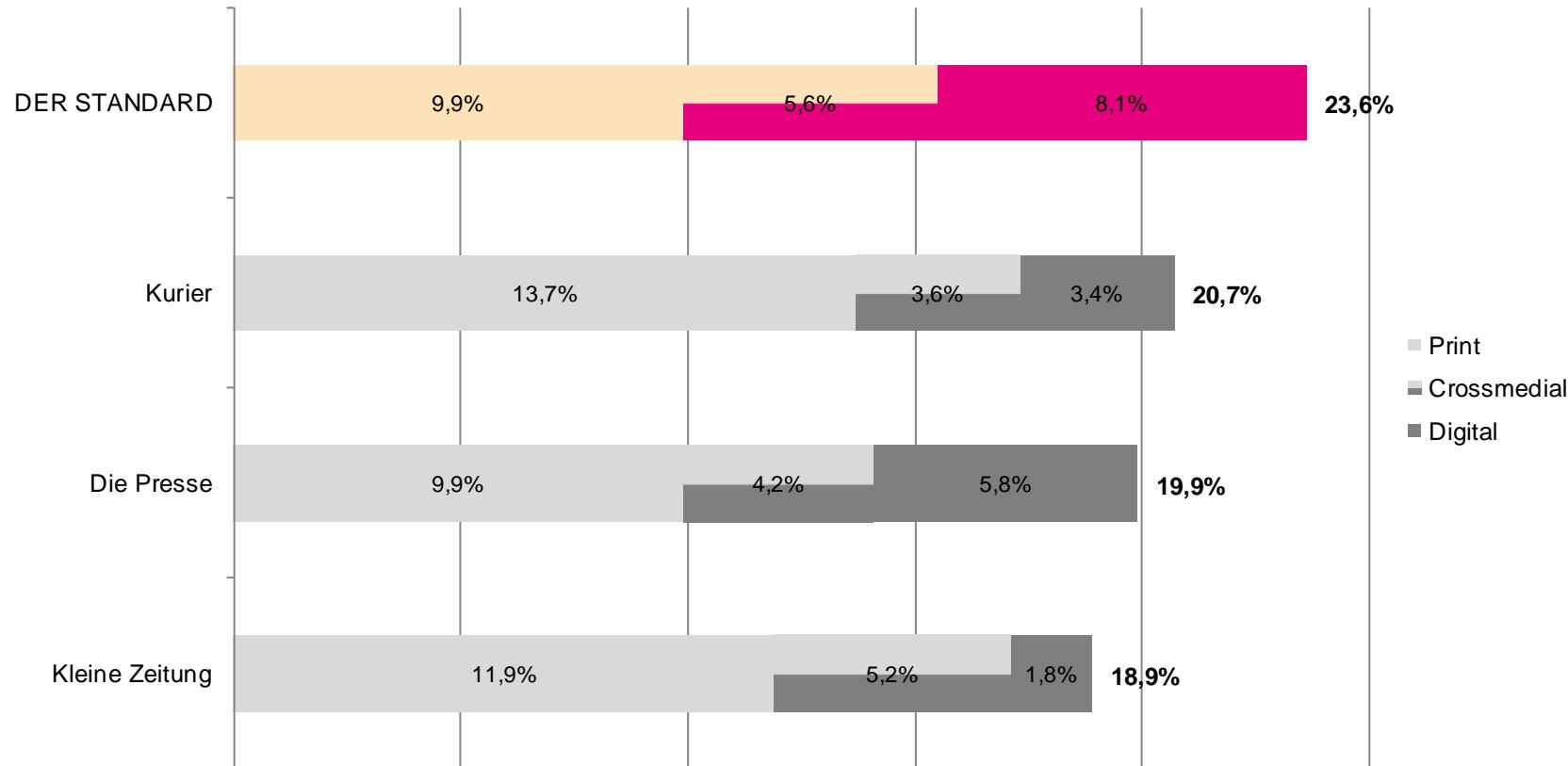


Quelle: LAE 2015 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

\* Persönliches Nettoeinkommen

# Entscheider greifen zum STANDARD...

Neben den guten Reichweiten der Print-Tageszeitung ist derStandard.at auch jene Online-Plattform mit den meisten digitalen Entscheidern.



Quelle: LAE 2015 (Print: Leser pro Ausgabe; Digital: Nutzer pro Tag; Crossmedial: Cross-Media-Reach pro Tag)

**derStandard.at**



# Native Advertising

zeichnet sich durch Inhalte aus, die den UserInnen einen Mehrwert bieten und sich – im für sie interessanten Umfeld – unaufdringlich in den Medienauftritt einfügen. So erzielen Sie höhere Aufmerksamkeit und besseres Involvement für Ihr Anliegen.

Ihr Vorteil: Kampagnen in hochwertigen journalistischen Umfeldern genießen eine besonders hohe Glaubwürdigkeit und Werbeakzeptanz.

## Feature



## Promotion



## Promotion mit User-Integration



## Live-Bericht





## Vielen Dank für Ihr Interesse!

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

